

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону

Международная стратегия экономического развития региона

International Strategy of Region Economic Development

Матеріали
IV Міжнародної науково-практичної конференції
(Суми, Україна, 3–5 вересня 2013 року)



Суми
Сумський державний університет
2013

Стратегія зростання націлена на покращення рівня узгодженості сторін соціального діалогу, а саме, що стосується держави. В цьому випадку також можуть використовувати прийоми партнерських переговорів, взаємних поступок чи пакетування з метою покращення позиції держави у процесі соціального діалогу. Стратегія утримання позицій передбачає, що у процесі соціального діалогу держава утримує свої позиції, оскільки вони є високими, важко погоджується на пропозиції, які б могли негативно вплинути на рівень узгодженості інтересів сторін.

ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ КОРПОРАЦІЇ

Кондруніна К. Ю., м.н.с.

Сумський державний університет, Україна

На сьогоднішній день міжнародний бізнес посідає ключове місце в інтеграції країни до світової економічної системи, а імплементація стратегічного підходу до організації міжнародної діяльності на підприємствах дозволяє забезпечити максимально ефективне використання переваг інтернаціоналізації бізнесу, а саме використання міжнародної виробничої кооперації, росту ступеня економічної свободи у виборі найбільш ефективних шляхів вирішення важливих економічних задач тощо.

Сьогодні збільшується кількість компаній, що значно залежать від рівня та якості зовнішньоекономічних відносин, що пов'язано зі зростанням внутрішніх фінансових та виробничих потреб, поділом праці, економією робочого часу, товарного виробництва та обміну. Позитивні мотиви інтернаціоналізації стимулюють компанії розширювати свою діяльність за національні межі, орієнтуватися в своїй діяльності на зарубіжні ринки. Проте, жорстка конкурентна боротьба у глобальному вимірі та посилення впливу змін та відмінностей зовнішнього середовища ставлять перед корпораціями дуже багато питань стабілізації свого економічного становища, відповісти на які можливо лише за використання систематичного інтегрального стратегічного підходу до організації міжнародного бізнесу.

Міжнародний менеджмент в контексті управління міжнародним бізнесом має принципову відмінність від національного менеджменту – необхідність ретельного врахування культурної складової та інших складових середовища, що знаходять своє відображення під час процесу стратегічного планування діяльності.

Для підвищення ефективності міжнародного бізнесу важливу роль відіграє удосконалення організаційної структури міжнародних корпорацій.

Оптимальна структура повинна забезпечувати:

- управління і координацію діяльності підприємства по всьому світу;
- ефективну скоординовану діяльність в першу чергу функціональних

відділів, що курирують виробництво, збут та фінанси;

- швидко адаптацію підприємства у всіх приймаючих країнах.

Одним із основних етапів на шляху удосконалення процедур організації міжнародного бізнесу на підприємстві є розробка механізму координації діяльності як у внутрішній структурі підприємства, так і на рівні взаємозв'язків з управляючою та торговою компаніями, а також адаптація функціонування структур до кращих світових практик корпоративного управління.

Процес планування міжнародного бізнесу на підприємстві посідає ключове місце в системі організації міжнародної діяльності і проходить кілька етапів: визначення основних пріоритетів та задач, аналіз можливостей фірми, аналіз умов закордоном, вибір стратегічних альтернатив, розробка планів та програм для реалізації стратегії, а також контроль її ефективності.

Особливістю стратегічного планування в міжнародних корпораціях є те, що міжнародним компаніям доводиться при розробці стратегій робити складний вибір між глобалізацією та національною відданістю, що виражається в існуванні чотирьох базових типів стратегії міжнародного бізнесу: стратегії дублювання вітчизняної бізнес-моделі, глобальної, транснаціональної та багатонаціональної стратегій.

Зовнішнє середовище, в якій оперує фірма, принципово важливе для будь-якого бізнесу, проте для міжнародного бізнесу воно має зовсім особливе значення, а тому методики підходу до вивчення і врахування зовнішнього середовища вважаються першочерговими кроками на шляху формування стратегії міжнародного бізнесу.

Враховуючи, що інтенсифікація зовнішньоекономічної діяльності останнім часом дозволила деяким підприємствам України подолати кризове становище, в якому вони опинилися через звуження внутрішнього платоспроможного попиту та реструктуризації економіки країни на початку 90-х років, розробка методики формування стратегії міжнародного бізнесу українських корпорацій, що б дозволила успішно організовувати міжнародну діяльність у всіх її формах, потребує особливої уваги корпоративного керівництва.

1. Белорусов, А.С. Международный менеджмент: учебник / А.С. Белорусов. – М.: Юристъ, 2000. – 224 с.

2. Гриффин Р. Международный бизнес / Р.Гриффин, Пастей М. – СПб.: Питер, 2006. – 1088 с.

3. Международный менеджмент / С. Э. Пивоваров, Д. И. Баркан, Л. С. Тарасевич, А. И. Майзель. – СПб.: Питер, 2000. – 624 с.